

Pengaruh TAM Terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Raden Mas Said Surakarta Dalam Sistem Pembayaran Gopay Pada Layanan Gojek

Agus Setiawan¹⁾, Kholifah Yasinta Anwar²⁾, Fitriyah Hasna Salma Putri Winargo³⁾

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Email: ¹agus.setiawan@iain-surakarta.ac.id, ²kholifahyasinta7@gmail.com,
³salmaputriwinargo@gmail.com

Abstract

Gojek is present as an e-commerce leader in the transportation system provide convenience to consumers in Indonesia. Gojek continues to grow difficulties faced by consumers when using the application, so that consumers feel comfortable using the application. One of the innovations issued by Gojek is known to consumers as the gopay payment system as a solution when consumers do not carry cash and are lazy to pay for cash transactions. The Technology Acceptance Model (TAM) involves consumer decisions in using the gopay payment system in this study explaining perceived usefulness, perceived convenience, customer satisfaction and client attitudes. The research method used included the use of primary data, primary data. This was achieved by distributing questionnaires to consumers who responded to the gopay payment system in the gojek application at least five times with the gopay payment system in the gojek application to 96 gojek consumers using random sampling techniques during the time this research was conducted. The analysis tool used is Smartpls. The results of the study show that perceived benefits, perceived convenience, consumer attitudes have a significant influence on consumer decisions on the gopay payment system for gojek services in Surakarta

Keywords : *Technology Acceptance Model (TAM), keputusan konsumen menggunakan sistem pembayaran gopay.*

ABSTRAK

Gojek hadir sebagai pemimpin e-commerce dalam sistem transportasi memberikan kemudahan kepada konsumen di Indonesia. Gojek terus berkembang kesulitan yang dihadapi konsumen saat menggunakan aplikasi, sehingga konsumen merasa nyaman menggunakan aplikasi tersebut. Salah satu inovasi yang dikeluarkan Gojek dikenal konsumen dengan sistem pembayaran gopay sebagai solusi saat konsumen tidak membawa uang tunai dan malas membayar transaksi tunai. Technology Acceptance Model (TAM) melibatkan keputusan konsumen dalam menggunakan sistem pembayaran gopay dalam penelitian ini menjelaskan persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, kepuasan pelanggan dan sikap klien. Metode penelitian yang digunakan meliputi penggunaan data primer, data primer. Hal tersebut dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada konsumen yang merespon sistem pembayaran gopay di aplikasi gojek minimal sebanyak lima kali dengan sistem pembayaran gopay di aplikasi gojek kepada 96 konsumen gojek dengan menggunakan teknik random sampling selama penelitian ini dilakukan. Alat analisis yang digunakan adalah Smartpls. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen sistem pembayaran gopay layanan gojek di Surakarta

Kata kunci : Technology Acceptance Model (TAM), keputusan konsumen menggunakan sistem pembayaran gopay.

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya IPTEK dan transformasi pada masa sekarang telah berkembang secara cepat. Bisa dilihat dari banyaknya transportasi online berbasis aplikasi yang khususnya di kota-kota besar. Perkembangan teknologi ini harus di manfaatkan sebaik-baiknya oleh perusahaan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan tersebut tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain. Teknologi informasi yang canggih akan menyediakan informasi yang baik dan berkualitas sehingga dapat memudahkan proses kerja yang dilakukan oleh karyawan. Bahkan perusahaan yang besar pun menginvestasikan sumber daya untuk meningkatkan produktivitas dengan cara menyediakan aplikasi yang canggih dalam sistem informasi. Sehingga dengan berkembangnya teknologi dapat mengubah cara pandang dalam melakukan transaksi (Budiasuti & Muid, 2020)

Saat ini perusahaan harus memaksimalkan kinerja agar dapat terus bersaing dengan cara memanfaatkan perkembangan teknologi. dengan perkembangan teknologi informasi yang berkategori baik akan mempermudah di setiap proses yang di laksanakan pada karyawan dalam perusahaan. informasi ini tercipta dari perencanaan sistem informasi. perusahaan yang unggul akan menginvestasikan sumber daya guna mengembangkan produktivitas melewati aplikasi sistem informasi dalam perusahaan. (Davis, 1989)

Salah satu pelopor sistem transportasi berbasis internet yang sering disebut dengan e-business adalah Gojek. Salah satu pelopor visioner sistem transportasi berbasis internet di Indonesia adalah Gojek. Aplikasi go-jek menggunakan teknologi untuk memberikan alternatif transportasi umum yang dapat memenuhi harapan konsumen, terutama tersedianya layanan pengiriman baik untuk orang maupun barang yang tentunya terjangkau, aman, dan cepat. Sebagai bagian dari inisiatif global untuk menciptakan masyarakat yang kekurangan uang tunai, Gojek mendukung pertumbuhan teknologi

finansial dengan menawarkan layanan pembayaran elektronik seluler. (Achadi & Winarto, 2020).Gojek dapat mengiklankan layanannya secara online, termasuk layanan pemesanan dan tidak hanya menawarkan layanan ojek atau transportasi (goride), tetapi juga telah menyiapkan layanan pengiriman mobil (gocar). Ada banyak alternatif layanan, antara lain situs belanja online, layanan pembelian tiket dan perjalanan, layanan tinju (gobox), layanan belanja (gomart), layanan pemesanan makan (gofood), dan lainnya.

Dengan sistem transaksi dengan menggunakan e-money memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi secara online dengan fleksibel. sistem pembayaran secara online lebih baik dari masa ke masa maka dengan begitu perkembangan pengguna transaksi secara online sangat berdampak pada aplikasi gojek salah satunya yakni gopay yang termasuk teknologi informasi dalam bidang digital (Tarantang et al., 2019).

Gojek mengeluarkan inovasi baru guna mempermudah para konsumen untuk melakukan pembayaran, selain dalam bentuk pembayaran tunai (cash) ada pula pembayaran online yang disebut juga dengan go-jek credit Awalnya fitur go-jek credit belum ramai dipergunakan oleh konsumen gojek karena sebagai konsumen hanya memerlukan layanan gojek saja. Dengan berjalannya waktu, fitur ini cukup dikenal dan digunakan para konsumen.Go-pay sekarang menjadi nama resmi perusahaan. Alat utama dalam perusahaan adalah sistem pembayaran ini. Salah satu perkembangan yang memudahkan pelanggan untuk membayar layanan ride-hailing adalah dengan diperkenalkannya go-pay. Karena uang elektronik membuat pembayaran digital menjadi lebih efektif, efisien, dan aman. Selain itu dapat mengurangi penggunaan kertas (Liliani, 2020).Go-Pay dapat digunakan untuk mengukur minat pelanggan dalam menggunakan aplikasi Go-Pay serta untuk membayar biaya transportasi Gojek. Model konstruksi Technology Acceptance Model (TAM) digunakan dalam penelitian ini.

(TAM) Technology Acceptance Model yakni adanya model guna memperkirakan serta menerangkan bagaimana penggunaan teknologi mendapatkan dan memakai teknologi yang telah tertera dalam pekerjaan individual (Hilmi, 2015). (TAM) Teknologi Acceptance Model mendefinisikan adanya dua faktor yang berdominan mempengaruhi perkembangan teknologi. Ykni, persepsi kegunaan atau usefulness, dan persepsi kemudahan dalam menggunakan teknologi atau disebut juga dengan ease of use. Yang dimaksud kepuasan pengguna yakni bentuk dari evaluasi pengalaman oleh pemakai sistem informasi serta adanya akibat yang didapatkan pada sistem informasi. User satisfaction bisa di sambungkan oleh persepsi manfaat atau usefulness serta perilaku pengguna pada sistem informasi yang berpengaruh pada karakteristik individual. Dengan adanya kepuasan, pengguna akan dapat mempengaruhi sikap konsumen serta tujuan guna sistem informasi dan juga penggunaan aktual.

I. Landasan Teori

a. Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yaitu bentuk pengembangan dari TRA (Theory of Reasoned Action) oleh Davis pada tahun 1998 yaitu sebuah landasan teori untuk memahami perilaku seseorang dalam menggunakan sistem informasi (Rini, 2005). Model TRA dapat digunakan apabila keputusan seorang individu dapat menerima teknologi sistem informasi berupa sesuatu yang dilakukan dengan sadar untuk menjelaskan dan memprediksi minat pelaku. Karena telah terbukti menjadi model teoritis yang sangat berguna untuk memahami dan menjelaskan perilaku pengguna dalam penerapan sistem informasi, TAM

adalah model yang paling sering digunakan untuk memprediksi penerimaan teknologi informasi. Tujuan TAM adalah memastikan bagaimana pengaruh eksternal memengaruhi keyakinan, sikap, dan tujuan pengguna. TAM mengandaikan bahwa dua gagasan, yaitu keuntungan yang dirasakan dan kenyamanan yang dirasakan, memiliki dampak yang signifikan terhadap cara orang menggunakan sistem informasi.

b. Persepsi Manfaat atau *Perceived Usefulness* (PU)

Persepsi manfaat yaitu tolak ukur seberapa seseorang mempercayai dengan menggunakan sistem mampu meningkatkan kinerjanya (Hanafi et al., n.d.). Pengertian ini sependapatan dengan penjelasan menurut (Utami, 2017). pada dasarnya, sejauh mana seseorang berpikir menggunakan layanan pembayaran seluler akan mempercepat dan meningkatkan produktivitas operasi pembayaran. Manfaat juga menjadi tolak ukur manusia dalam memanfaatkan teknologi (Rekarti & Hertina, 2014). Sikap positif dalam menggunakan produk e-money lewat GOPAY, contohnya dengan memakai layanan gopay pembayaran menjadi efektif dan efisien. Karena dengan layanan ini mereka melakukan pembayaran tanpa menggunakan uang tunai.

c. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan yaitu sebuah kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi dengan mudah dipahami dan juga dipahami (Davis, 1989). Kemudahan juga diartikan bahwa penggunaan jasa tidak membutuhkan usaha yang banyak. (Hanafi et al., n.d.). Sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu sistem mudah digunakan menentukan seberapa banyak mereka menggunakannya; dengan kata lain, kemudahan penggunaan yang dirasakan memengaruhi perilaku. Pengguna yang terus menggunakan teknologi juga dipengaruhi oleh kegunaannya karena mereka merasa lebih mudah beradaptasi, mudah digunakan, dan dipahami. (Novi, 2011). Dalam penelitian ini, persepsi kemudahan mengacu pada pendapat seseorang bahwa menggunakan pembayaran nontunai mudah dipahami. Layanan tersebut akan digunakan jika gopay dianggap mudah digunakan oleh pengguna. (Priambodo & Prabawani, 2015)

d. Sikap penggunaan (*Attitude Toward Using*)

Sikap terhadap penggunaan model TAM adalah tentang menilai efek yang tercipta ketika seseorang menggunakan sistem tertentu untuk berfungsi. Penggunaan teknologi dinilai sebagai penerimaan atau penolakan, yang akan berdampak pada bagaimana seseorang menggunakan teknologi dalam pekerjaannya. Saat terlibat dalam aktivitas tertentu, seseorang mungkin merasakan sikap yang menguntungkan atau negatif terhadap pengguna teknologi.

e. Minat Penggunaan (*Behavioral Intention to Use*)

Sikap atau perilaku seseorang yang terlibat dalam suatu kegiatan dikenal sebagai minat penggunaan. Menggunakan e-money sebagai salah satu jenis aplikasi dalam sistem pembayaran elektronik, minat dalam penelitian ini dapat dilihat dari kesiapan seseorang

dalam menggunakan alat pembayaran. Pola pikir atau keinginan seseorang untuk menggunakan sistem saat ini atau masa yang akan datang.

f. **Proses Keputusan Penggunaan**

Proses penggunaan keputusan yaitu langkah pengambilan keputusan saat konsumen akan membeli sesuatu barang maupun jasa. Selain itu proses keputusan konsumen mengenai keputusan yang akan di beli berapa banyak, kapan, dimana dan bagaimana proses pembelian akan di lakukan. Dalam sumber lain di sebutkan bahwa proses keputusan penggunaan yaitu pemilihan dua atau lebih alternatif pilihan untuk melakukan penggunaan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

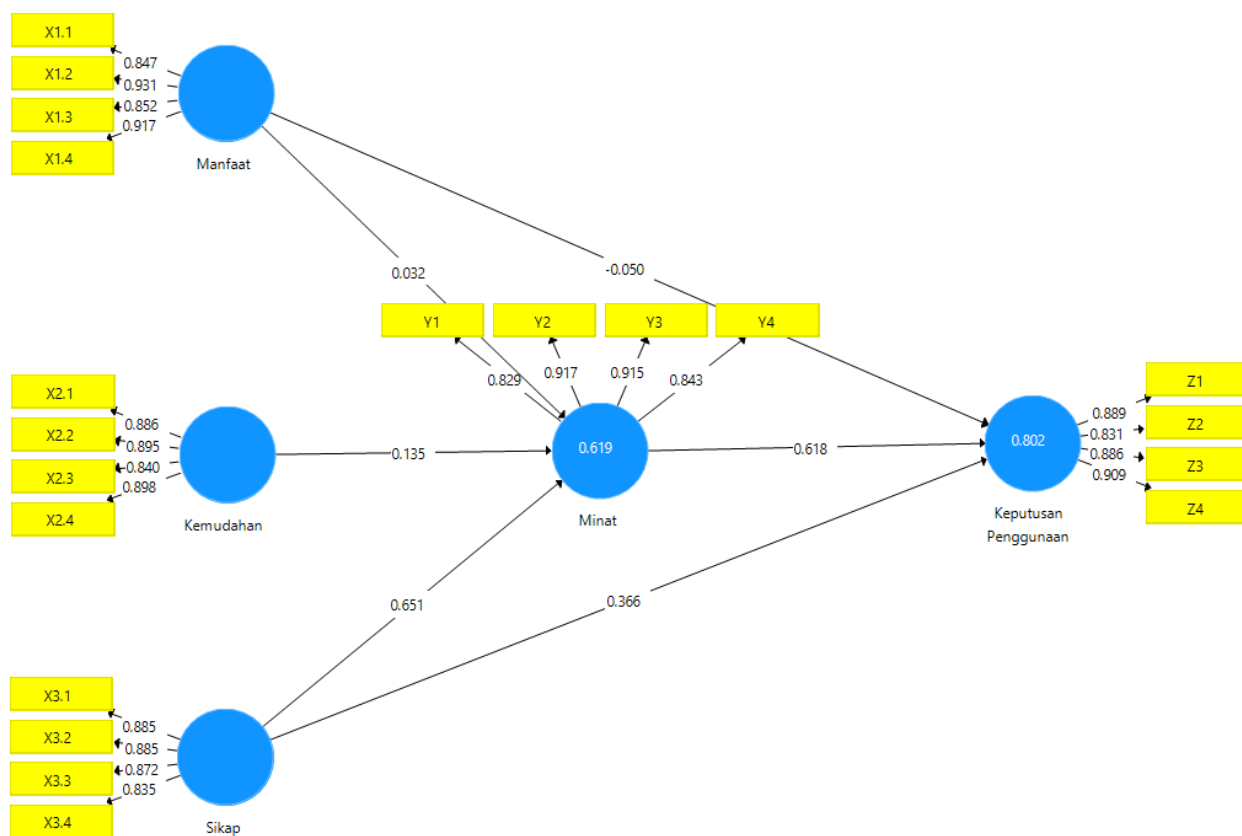
Penelitian yang akan dilakukan yakni dengan menggunakan pendekatan kuantitatif data primer yang berasal dari penyebaran kuisisioner pada beberapa mahasiswa Uin Raden Mas Said Surakarta (Rahmatika & Fajar, 2019). Penyebaran kuisisioner yang di sebar luaskan melewati googleform. kuisisioner tersebut yang berisikan mengenai pertanyaan sehubungan dengan indikator guna memperkirakan variabel penelitian, berupa manfaat, kemudahan, sikap, minat, proses keputusan penggunaan. dengan menggunakan pengambilan sampel teknik non probability, populasi yang diambil yakni mahasiswa uin raden mas said surakarta yaitu mahasiswa fakultas febi sebanyak 26%, mahasiswa ushuludin dakwah 21%, mahasiswa syariah 18%, mahasiswa ilmu tarbiyah 16%, mahasiswa adab dan bahasa 21% total keseluruhan 110 responden. Variabel dalam penelitian ini akan diukur menggunakan skala Likerd dengan skor untuk setiap pertanyaan yaitu (skor 1) sangat tidak setuju, (skor 2) tidak setuju, (skor 3) netral, (skor 4) setuju, (skor 5) sangat setuju. Uji validitas dan reliabilitas akan digunakan untuk menguji instrumen dan pertanyaan pada masing-masing variabel. kemudian pengujian kualitas data akan menggunakan pengujian hipotesis klasik. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda yang meliputi uji-t dan uji-f. Dengan begitu, peneliti akan menggunakan perangkat lunak yakni spss guna pengolahan data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

a. Outer Model

Untuk mengevaluasi keabsahan variabel laten dan indikator didalamnya, suatu penelitian dapat menggunakan indikator reflective pada convergent validity dan discriminant validity sebagai manifestasi dari variabel laten itu sendiri.



1) Converge Validity

Uji validitas konvergen yaitu temuan penelitian dalam model luar. Indikator dianggap valid jika nilai faktor beban lebih besar dari 0,50-0,60. Faktor beban untuk output adalah:

	Kemudahan	Keputusan Penggunaan	Manfaat	Minat	Sikap
X1.1			0,847		
X1.2			0,931		
X1.3			0,852		
X1.4			0,917		
X2.1	0,886				
X2.2	0,895				
X2.3	0,840				
X2.4	0,898				
X3.1					0,885
X3.2					0,885
X3.3					0,872
X3.4					0,835
Y1				0,829	
Y2				0,917	
Y3				0,915	
Y4				0,843	

Z1		0,889			
Z2		0,831			
Z3		0,886			
Z4		0,909			

Karena semua nilai loading factor pada tabel di atas lebih dari 0, maka penelitian ini valid dan indikator-indikator di dalamnya memiliki validitas konvergen yang dapat diterima.

2) Discriminant Validity

Berdasarkan informasi pada tabel cross loading output di bawah ini, korelasi masing-masing indikator pernyataan dengan variabelnya lebih kuat dibandingkan dengan korelasi indikator dengan variabel lainnya. Oleh karena itu, indikator dalam tabel lebih baik diprediksi oleh variabel konstruk atau laten daripada oleh indikator dalam tabel lain.

	Kemudahan	Keputusan Penggunaan	Manfaat	Minat	Sikap
X1.1	0,783	0,520	0,847	0,523	0,674
X1.2	0,836	0,639	0,931	0,630	0,738
X1.3	0,729	0,542	0,852	0,581	0,660
X1.4	0,816	0,611	0,917	0,632	0,739
X2.1	0,886	0,587	0,764	0,582	0,693
X2.2	0,895	0,544	0,808	0,565	0,666
X2.3	0,840	0,547	0,723	0,557	0,652
X2.4	0,898	0,574	0,839	0,620	0,678
X3.1	0,727	0,703	0,750	0,669	0,885
X3.2	0,583	0,789	0,641	0,715	0,885
X3.3	0,710	0,668	0,724	0,670	0,872
X3.4	0,646	0,642	0,647	0,654	0,835
Y1	0,663	0,736	0,629	0,829	0,709
Y2	0,560	0,810	0,577	0,917	0,713
Y3	0,556	0,797	0,562	0,915	0,699
Y4	0,540	0,703	0,580	0,843	0,607
Z1	0,607	0,889	0,617	0,760	0,717
Z2	0,450	0,831	0,453	0,694	0,643
Z3	0,625	0,886	0,654	0,751	0,747
Z4	0,562	0,909	0,569	0,846	0,733

3) Construct Validity

Selain itu, validitas diskriminan dapat ditentukan dengan membandingkan nilai korelasi antara struktur model dengan akar kuadrat dari AVE masing-masing struktur. Output dari algoritma PLS untuk nilai diskriminan berisi informasi berikut tentang akar kuadrat dari rata-rata varian yang diekstraksi (AVE):

	Average Variance Extracted (AVE)
Kemudahan	0,774
Keputusan Penggunaan	0,773
Manfaat	0,788
Minat	0,769
Sikap	0,756

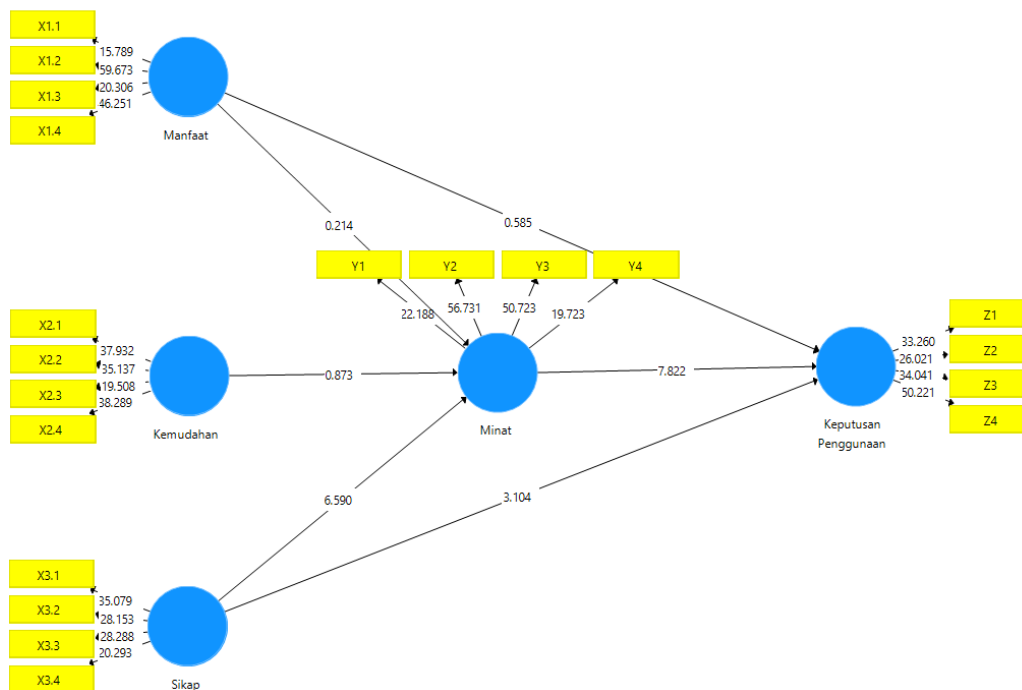
4) Composite Reliability

Untuk Uji reliabilitas harus melewati reliabilitas alfa dan komposit Cronbach untuk menguji model luar. Batas bawah nilai reliabilitas konstruk ditentukan oleh Cronbach's alpha, sedangkan nilai reliabilitas konstruk sebenarnya ditentukan oleh reliabilitas komposit. Reliabilitas komposit lebih disarankan dan digunakan dalam penelitian ini karena akan menguji reliabilitas konstruk lebih efektif daripada alpha Cronbach. Namun secara umum konstruk dapat dikatakan reliabel jika berada di atas 0,7. Adapun nilai keduanya masih dapat diterima jika ada pada antara 0,6 dan 0,7.

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kemudahan	0,903	0,932
Keputusan Penggunaan	0,902	0,931
Manfaat	0,910	0,937
Minat	0,899	0,930
Sikap	0,892	0,925

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa output kedua kriteria reliabilitas pada konstruk penelitian berada diatas angka 0,7. Dengan demikian, setiap konstruk dalam model yang diestimasi dapat dikatakan reliabel.

b. Inner Model



1) Koefisien Determinasi

Pengujian nilai koefisien determinasi dapat digunakan untuk menguji model struktural atau internal (R^2). Angka R^2 mengukur seberapa baik model dapat menjelaskan variabel dependen. Tabel berikut menunjukkan estimasi koefisien determinasi model.

	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Penggunaan	0,802	0,796
Minat	0,619	0,608

Koefisien determinasi masing-masing variabel berdasarkan nilai R squared pada tabel dan dikalikan 100% adalah sebesar 60,8% untuk variabel minat dan 80,2% untuk variabel keputusan yang akan digunakan. Berdasarkan hasil tersebut, koefisien determinasi variabel kepentingan dalam penelitian ini sebesar 60,8% dipengaruhi oleh variabel lain, sisanya sebesar 39,2% dijelaskan oleh variabel di luar model penelitian. Artinya nilai R-squared sangat tinggi karena variabel independen berhasil mempengaruhi preferensi Koefisien determinasi variabel yang dipilih untuk digunakan menunjukkan dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian sebesar 80,2%, sisanya 19,81 % dijelaskan oleh variabel selain model penelitian. , hal ini menunjukkan bahwa variabel keputusan yang akan digunakan memiliki R-Square yang tinggi.

2) Goodness of fit

Tujuan dari goodness of fit adalah mencocokkan frekuensi data tertentu (frekuensi observasi) dengan nilai prediksi (frekuensi teoritis). Perhitungan di bawah ini dapat digunakan untuk menghitung nilai goodness of fit:

$$\begin{aligned} \text{Goodness of fit} &= \sqrt{AVE \times R^2} \\ &= \sqrt{0.773 \times 0.71} \end{aligned}$$

$$= 0.624$$

Perhitungan ini telah mengungkapkan bahwa nilai kebaikan studi adalah 0,526. Ada tiga jenis GoF: GoF = 0,10, yang memiliki nilai kecil; GoF = 0,25 yang memiliki nilai sedang; dan GoF = 0,36, yang memiliki nilai besar. Jika kinerja gabungan model pengukuran dan model struktural memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,36, maka hasil perhitungan di atas mengarah pada kesimpulan tersebut. Hal ini menggambarkan bagaimana model cocok dengan data empiris (tidak ada perbedaan antara model dengan data, sehingga model data dikatakan fit). Model ini digunakan untuk mengevaluasi pilihan konsumen tentang penggunaan gopay.

3.2. Pembahasan

Pengujian Hipotesis

Uji T digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, yang dikenal sebagai pengujian hipotesis. Berdasarkan apakah nilai t-statistik mencapai 1,93, maka hipotesis diterima atau ditolak. Dengan kata lain, jika nilai t-statistik lebih dari 1,93, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Koefisien jalur keluaran berikut dihasilkan oleh perhitungan bootstrapping menggunakan nilai t-statistik:

Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kemudahan -> Minat	0,135	0,134	0,155	0,873	0,383
Manfaat -> Keputusan Penggunaan	-0,050	-0,037	0,085	0,585	0,559
Manfaat -> Minat	0,032	0,034	0,149	0,214	0,831
Minat -> Keputusan Penggunaan	0,618	0,623	0,079	7,822	0,000
Sikap -> Keputusan Penggunaan	0,366	0,352	0,118	3,104	0,002
Sikap -> Minat	0,651	0,650	0,099	6,590	0,000

H1: Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat

Hasil uji koefisien jalur pada tabel menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Hal ini dapat dilihat pada t-statistik sebesar 0,873. Nilai tersebut kurang dari 1,93 pada taraf signifikansi alpha 5% ($P \text{ Values} < 0,05$), maka rumusnya adalah

$H_a : \beta > 0$, maknanya persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara negative dan tidak signifikan terhadap persepsi minat.

H2 : Pengaruh Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil uji koefisien orbit pada tabel menyimpulkan apakah variabel perceived benefit berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan atau tidak. Hal ini dapat dilihat pada t-statistik sebesar 0,585. Nilai tersebut kurang dari 1,93 pada taraf signifikansi alpha 5% (P Values < 0,05), maka rumusnya adalah

$H_a : \beta > 0$, maknanya manfaat berpengaruh negative dan tidak signifikan pada keputusan penggunaan.

H3 : Pengaruh Manfaat Terhadap Minat

Hasil pengujian path coefficient pada tabel tersebut menyimpulkan jika variabel persepsi manfaat tidak mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan pada minat. Hal ini dapat diketahui pada t statistik sebesar 0.214. Nilai tersebut kurang dari 1.93 dengan tingkat signifikansi pada alpha 5% (P Values <0.05), maka rumusannya yaitu

$H_a : \beta > 0$, maknanya manfaat mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat.

H4 : Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil pengujian path coefficient pada tabel tersebut menyimpulkan jika variabel persepsi manfaat tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini dapat diketahui pada t statistik sebesar 7.822. Nilai tersebut lebih besar daripada 1.93 dengan tingkat signifikansi pada alpha 5% (P Values <0.05), maka rumusan hipotesis adalah

$H_a : \beta > 0$, maknanya minat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

H5 : Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil pengujian path coefficient pada tabel tersebut menyimpulkan jika variabel persepsi manfaat tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini dapat diketahui pada t statistik sebesar 3.104. Nilai tersebut lebih besar daripada 1.93 dengan tingkat signifikansi pada alpha 5% (P Values <0.05), maka rumusan hipotesis adalah

$H_a : \beta > 0$, maknanya sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

H6 : Pengaruh Sikap Terhadap Minat

Hasil pengujian path coefficient pada tabel tersebut menyimpulkan jika variabel persepsi manfaat tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini dapat diketahui pada t statistik sebesar 6.590. Nilai tersebut lebih besar daripada 1.93 dengan tingkat signifikansi pada alpha 5% (P Values <0.05), maka rumusan hipotesis adalah

$H_a : \beta > 0$, maknanya sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat.

Specific Indirect Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kemudahan -> Minat -> Keputusan Penggunaan	0,084	0,085	0,101	0,828	0,408
Manfaat -> Minat -> Keputusan Penggunaan	0,020	0,021	0,095	0,208	0,835
Sikap -> Minat -> Keputusan Penggunaan	0,403	0,403	0,075	5,378	0,000

a. Analisis Pengaruh X1 melalui Y terhadap Z

Diketahui pengaruh langsung yang diberikan X1 terhadap Y sebesar 0,585. Sedangkan pengaruh tidak langsung X1 melalui Y terhadap Z adalah perkalian antara nilai beta X1 terhadap Y dengan nilai beta Y terhadap Z yaitu: $0,214 \times 7,822 = 1,673$. Maka pengaruh total yang diberikan X1 terhadap Z adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu: $0,585 + 1,673 = 2,258$.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,585 dan pengaruh tidak langsung sebesar 1,673 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X1 melalui Y mempunyai pengaruh signifikan terhadap Z.

b. Analisis Pengaruh X2 melalui Y terhadap Z

Diketahui pengaruh tidak langsung X2 melalui Y terhadap Z adalah perkalian antara nilai beta X2 terhadap Y1 dengan nilai beta Y terhadap Z yaitu: $0,873 \times 7,822 = 6,82$. Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa secara tidak langsung X2 melalui Y mempunyai pengaruh signifikan terhadap Z.

Analisis Pengaruh X3 melalui Y terhadap Z

Diketahui pengaruh langsung yang diberikan X3 terhadap Y sebesar 3,104. Sedangkan pengaruh tidak langsung X3 melalui Y terhadap Z adalah perkalian antara nilai beta X3 terhadap Y dengan nilai beta Y terhadap Z yaitu: $6,590 \times 7,822 = 51,547$. Maka pengaruh total yang diberikan X3 terhadap Z adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu: $3,104 + 51,547 = 54,651$.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 3,104 dan pengaruh tidak langsung sebesar 54,651 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X3 melalui Y mempunyai pengaruh signifikan terhadap Z.

c. Analisis Pengujian Hipotesis

Menganalisis hubungan antar variabel sesuai dengan hipotesis penelitian dikenal dengan pengujian hipotesis. Menggunakan Smart-PLS dan metode bootstrapping, hipotesis diuji dengan memeriksa tabel koefisien jalur pada T-statistic dan P-Value. Jika T-statistik lebih besar dari 1,97, P-Value lebih kecil dari 0,05, dan tingkat signifikansi 5%, maka hasilnya dianggap signifikan.

H1: Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas diketahui variabel kemudahan melalui 4 indikator reflektif bersifat valid dan reliabel. Adapun nilai t statistik pada output path coefficients menunjukkan konstruk kemudahan terhadap minat berada dibawah 1,96 yakni sebesar 0,873 dengan nilai p value lebih besar dari 0,05 yakni 0,383 dan nilai koefisien kemudahan pada output coefficients (original sample) mencerminkan tidak adanya pengaruh positif variabel kemudahan terhadap variabel minat sebesar 0,135 atau 13.5% sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kemudahan terhadap variabel minat terbukti.

Dalam teori Technology Acceptance Model, kemudahan merupakan salah satu faktor substansial yang memicu timbulnya keinginan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi yang dianggap bebas dari masalah dan tidak menambah beban. Dengan kata lain, jika mahasiswa sering menggunakan gopay menunjukkan bahwa gopay dianggap lebih mudah digunakan, lebih mudah dipelajari, atau lebih dikenal dibandingkan sarana pembayaran digital lainnya. Adapun penggunaan gopay pada mahasiswa berkaitan dengan kecenderungan generasi z akan pembayaran digital yang praktis dan terhubung pada berbagai platform yang dibutuhkan sehingga transaksi non tunai dapat digunakan hanya dengan mengandalkan smartphone.

H2: Pengaruh Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas variabel manfaat melalui 3 indikator reflektif dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan bersifat valid dan reliabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa output path coefficients menunjukkan nilai t statistik konstruk manfaat terhadap sikap berada dibawah 1,96 yakni sebesar 0,585 dan nilai p value lebih besar dari 0,05 yakni 0,559 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel manfaat terhadap keputusan penggunaan terbukti. Nilai koefisien pada output coefficients (original sample) mencerminkan tidak adanya pengaruh positif manfaat terhadap sikap sebesar -0,050 atau -5%.

Persespi manfaat terhadap suatu teknologi dapat dilihat dari kecenderungan seseorang saat penggunaan. Mahasiswa yang menggunakan gopay secara terus-menerus menunjukkan adanya kepuasan pada layanan mobile banking dibanding sarana pembayaran digital lain sehingga nasabah merasa yakin bahwa gopay mampu meningkatkan kinerja dan efektivitas transaksi. Adanya pengaruh signifikan variabel manfaat terhadap keputusan penggunaan baginmahasiswa mengindikasikan bahwa mahasiswa yang menggunakan gopay bukan hanya mempertimbangkan tren cashless society di Indonesia melainkan ingin memaksimalkan daya guna mobile banking dengan mempelajari dan menggunakannya.

H3 : Pengaruh Manfaat Terhadap Minat

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas variabel sikap penggunaan melalui 4 indikator refleksif dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan bersifat valid dan reliabel. Adapun hasil output path coefficients menunjukkan nilai t statistik sikap penggunaan terhadap minat berada dibawah 1,96 yakni sebesar 0,214 dan nilai p value lebih besar dari 0,05 yakni 0,831 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan manfaat terhadap minat. Nilai koefisien pada output coefficients (original sample) mencerminkan tidak adanya pengaruh positif manfaat terhadap minat sebesar 0,032 atau 3,2%.

Dalam TAM (*Technology Acceptance Model*), manfaat digunakan untuk memprediksi peluang penggunaan teknologi. Sebab sikap mencerminkan respon positif atau negatif, bergerak mendekat atau menjauhnya seseorang terhadap suatu obyek. Pada penelitian ini, sikap positif dan signifikan mahasiswa terhadap minat menggambarkan kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan gopay yang dipercaya terutama dalam melakukan transaksi non tunai selama masa pandemi covid-19.

H4 : Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas variabel minat penggunaan melalui 4 indikator refleksif dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan bersifat valid dan reliabel. Selanjutnya, hasil output path coefficients menunjukkan nilai t statistik minat terhadap keputusan penggunaan berada diatas 1,96 yakni sebesar 7,822 dan nilai p value lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel minat terhadap proses keputusan penggunaan terbukti. Adapun nilai koefisien pada output coefficients (original sample) mencerminkan adanya pengaruh positif variabel minat terhadap proses keputusan penggunaan sebesar 0,618 atau 61,8%.

Selanjutnya, semakin besar minat pengguna gopay semakin besar pula peluang keputusan penggunaannya. Dalam penelitian ini, mahasiswa yang telah mengumpulkan berbagai informasi dan melakukan perbandingan dengan sistem pembayaran lain sehingga berminat untuk menggunakan gopay secara tidak langsung telah menjalankan tahap proses keputusan sebelum penggunaan layanan. Peluang penggunaan gopay juga akan semakin besar jika minat mahasiswa didorong oleh masukan dari lingkungannya.

H5 : Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas variabel minat penggunaan melalui 4 indikator refleksif dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan bersifat valid dan reliabel. Hasil output path coefficients menunjukkan nilai t statistik sikap penggunaan terhadap proses keputusan penggunaan melalui minat berada diatas 1,96 yakni sebesar 3,104 dan nilai p value lebih kecil dari 0,05 yakni 0,002 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan sikap penggunaan terhadap proses keputusan penggunaan melalui minat terbukti. Adapun nilai koefisien pada output coefficients (original sample) mencerminkan adanya pengaruh positif sikap penggunaan terhadap minat sebesar 0,366 atau 36,6%.

Dapat diasumsikan bahwa pola sikap yang konsisten membuat seseorang melakukan evaluasi atas produk yang positif sebab semakin positif penilaian seseorang akan suatu produk semakin besar keinginannya untuk menggunakan barang tersebut. Sedangkan keinginan untuk menggunakan suatu produk akan menyebabkan orang tersebut menjalankan berbagai tahap proses penggunaan. Dalam penelitian ini, sikap positif mahasiswa akan kemunculan teknologi dan berbagai inovasi didalamnya menimbulkan minat pada sarana

pembayaran digital. Minat ini kemudian membawa mahasiswa untuk menggali informasi mengenai gopay di tengah revolusi industri dan pandemi covid-19 yang identik dengan transaksi cashless sebelum akhirnya memutuskan untuk menjadi bagian dari cashless society.

H6 : Pengaruh Sikap Terhadap Minat

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas variabel sikap penggunaan melalui 4 indikator reflektif dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan bersifat valid dan reliabel. Adapun hasil output path coefficients menunjukkan nilai t statistik sikap penggunaan terhadap minat berada diatas 1,96 yakni sebesar 6,590 dan nilai p value lebih kecil dari 0,05 yakni 0,000 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan sikap terhadap minat. Nilai koefisien pada output coefficients (original sample) mencerminkan tidak adanya pengaruh positif manfaat terhadap minat sebesar 0,651 atau 65,1%.

Dalam TAM (*Technology Acceptance Model*), sikap digunakan untuk memprediksi peluang penggunaan teknologi. Sebab sikap mencerminkan respon positif atau negatif, bergerak mendekat atau menjauhnya seseorang terhadap suatu obyek. Pada penelitian ini, sikap positif dan signifikan mahasiswa terhadap minat menggambarkan kecenderungan mahasiswa dalam menggunakan gopay yang dipercaya terutama dalam melakukan transaksi non tunai selama masa pandemi covid-19.

Path Coefficients

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kemudahan -> Minat	0,135	0,134	0,155	0,873	0,383
Manfaat -> Keputusan Penggunaan	-0,050	-0,037	0,085	0,585	0,559
Manfaat -> Minat	0,032	0,034	0,149	0,214	0,831
Minat -> Keputusan Penggunaan	0,618	0,623	0,079	7,822	0,000
Sikap -> Keputusan Penggunaan	0,366	0,352	0,118	3,104	0,002
Sikap -> Minat	0,651	0,650	0,099	6,590	0,000

1) Nilai T-Statistik > T-Tabel

Komputasi model dengan teknik bootstrapping PLS dapat digunakan untuk menentukan hipotesis penelitian. Nilai T-statistik untuk setiap link atau jalur akan dipastikan dari hasil prosedur bootstrap. Tingkat signifikansi pengujian hipotesis ini ditetapkan sebesar 0,025. Jika nilai T-statistik melebihi 1,97 maka hipotesis dapat diterima. Hasil dari setiap pengujian hipotesis dapat diringkas sebagai berikut dengan menggunakan tabel Koefisien Jalur di atas:

Hipotesis 1 menyatakan bahwa artinya persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara negative dan tidak signifikan terhadap persepsi minat. Skor T statistik adalah $0,873 < 1,97$. Oleh karena itu, hipotesis 1 dinyatakan tidak terbukti.

Hipotesis 2 menyatakan bahwa manfaat berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Skor T statistik adalah $0,585 < 1,97$. Oleh karena itu, hipotesis 2 dinyatakan tidak terbukti.

Hipotesis 3 menyatakan bahwa manfaat memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat. Skor T statistik adalah $0,214 < 1,97$. Oleh karena itu, hipotesis 3 dinyatakan tidak terbukti.

Hipotesis 4 menyatakan bahwa minat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Skor T statistik adalah $7,822 > 1,97$. Oleh karena itu, hipotesis 4 dinyatakan terbukti.

Hipotesis 5 menyatakan bahwa sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Skor T statistik adalah $3,104 > 1,97$. Oleh karena itu, hipotesis 5 dinyatakan terbukti.

Hipotesis 6 menyatakan bahwa sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat. Skor T statistik adalah $6,590 > 1,97$. Oleh karena itu, hipotesis 6 dinyatakan terbukti.

2) Nilai P-Value

- a. Hipotesis 1 menyatakan bahwa artinya persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara negative dan tidak signifikan terhadap persepsi minat. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa kemudahan terhadap minat memiliki pengaruh negatif dibuktikan dengan nilai P Value $0,383 > 0,05$. Sehingga H1 ditolak.
- b. Hipotesis 2 menyatakan bahwa manfaat berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa manfaat memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan dibuktikan dengan nilai P Value $0,559 > 0,05$. Sehingga H2 ditolak.
- c. Hipotesis 3 menyatakan bahwa bahwa manfaat memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat.. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa manfaat memiliki pengaruh negatif terhadap minat dibuktikan dengan nilai P Value $0,831 > 0,05$. Sehingga H3 ditolak.
- d. Hipotesis 4 menyatakan bahwa minat memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa minat memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan dibuktikan dengan nilai P Value $0,000 < 0,05$. Sehingga H4 diterima.
- e. Hipotesis 5 menyatakan bahwa sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan dibuktikan dengan nilai P Value $0,002 < 0,05$. Sehingga H5 diterima.
- f. Hipotesis 6 menyatakan bahwa sikap mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif terhadap minat dibuktikan dengan nilai P Value $0,000 < 0,05$. Sehingga H6 diterima.

4. KESIMPULAN

Menurut jawaban dari pengolahan data penelitian berdasarkan beberapa hal yang dapat memberikan pengaruh pada penggunaan layanan dalam sistem gopay oleh konsumen go-jek yang sudah selesai menggunakan bisa disimpulkan yakni:

- a. Adapun pengetahuan pada layanan gojek untuk pengguna dalam mengoperasikan sistem layanan gopay berupa tutorial untuk mengisi saldo gopay serta adanya untuk mengetahui sistem kerja dari gopay. hal tersebut tentunya akan meningkatkan antusiasme para pengguna gopay.
- b. Kemudian persepsi kemudahan yakni cara mudah dalam memahami serta mempelajari sistem yang ada (gopay) selain itu adanya tampilan secara simple untuk meningkatkan para pengguna gopay.
- c. Pendapat serta saran termasuk dari pengaruh sosial. melalui teman, saudara dan keluarga akan meningkatkan antusiasme konsumen gopay serta menambah tingkatan kepercayaan konsumen dalam sistem layanan gopay saat ini.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada dosen Metode Penelitian UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA dan Bapak Pembimbing dan kepada berbagai pihak yang telah membantu sehingga jurnal ini dapat terselesaikan.

6. REFERENSI

- Abdallah, Z., & Ramadhani, T. (2022). Pengaruh Penerapan Akuntansi Pemerintahan dan Pengendalian Internal Terhadap Good Governance (Studi Kasus pada Dinas Kesehatan dan Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Kerinci). *Journal on Education*, 5(1), 784-792.
- Achadi, A., & Winarto, H. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Resiko, dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan Layanan Go Pay pada Pelanggan Go Jek. *Manajemen Bisnis*, 17(1), 11–23.
- Budiastuti, A. D. P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4), 1–10.
- Bustami, E., Budaya, I., Regen, R., & Zasriati, M. (2023). Analysis of Factors Influencing Customer Behavioral Intentions to Use Mobile Banking. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1.1).
- Carolina, C. (2022). Dampak Pandemi Covid 19 terhadap Perubahan Harga Saham dan Volume Transaksi pada PT. Ramayana Lestari Sentosa, TBK. *Journal on Education*, 5(1), 1524-1531.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Hanafi, H., Kertahadi, & Susilo, H. (n.d.). *PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN WEBSITE UB TERHADAP SIKAP PENGGUNA DENGAN*

PENDEKATAN TAM.

- Hilmi, D. (2015). Analisis Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Sistem Informasi. *Artikel Ilmiah, Perbanas.*
- Lestari, A. A. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Study kasus pada Objek Wisata Budaya Taman Tujuh Desa Hiang Sakti). *Jurnal Administrasi Kantor, 10*, 153-166.
- Liantifa, M., & Siswadhi, F. (2022). Gaya hidup digital pemoderasi persepsi dan sikap terhadap keputusan menggunakan lebih dari 1 (satu) telepon genggam. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, 4*(8), 3392-3401.
- Liliani, P. (2020). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Niat Pengguna Pada Gopay Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Jurnal Bina Manajemen, 9*(1), 44–60. <https://doi.org/10.52859/jbm.v9i1.114>
- Novi. (2011). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN LAYANAN MOBILE BANKING SKRIPSI.*
- Perdana, M. A. C., Sihombing, T. M., Chrisinta, D., Sahala, J., & Budaya, I. (2023). Pengaruh Dukungan Pemerintah, Infrastruktur, dan Akses Pasar terhadap Pertumbuhan Usaha Kewirausahaan di Wilayah Perkotaan. *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan, 1*(03), 149-161.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 5*(2), 127–135.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, 8*(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>
- Rekarti, E., & Hertina, L. (2014). Beberapa Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Beli Online Pada Situs Jual Beli Tokobagus.com. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial, 2*(3), 311–318.
- Rini, H. (2005). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI (Studi.*
- Sari, A. (2022). COMPETITIVE ADVANTAGE TOURISM BASED ON E-TOURISM TO IMPROVE TOURIST DESTINATIONS. *International Journal of Social Science, 2*(4), 1831-1838.
- Siswadhi, F., & Ahmad, M. (2021). ANALISIS DIMENSI KNOWLEDGE WORKER DALAM MENINGKATKAN KNOWLEDGE MANAGEMENT PEGAWAI PADA SEKRETARIAT DAERAH KABUPATEN KERINCI. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, 4*(Spesial Issue 2), 752-761.
- Syofya, H. (2022). The Influence of Traceability of Kerinci Coffee Agricultural Products on Agricultural Value Added in Jambi Province. *IJEED (International Journal of Entrepreneurship and Business Development), 5*(2), 246-252.

Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>

Utami, S. S. (2017). Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2), 29–41.